

EFEK PEMBINAAN DISIPLIN KARYAWAN DALAM HUBUNGANNYA DENGAN FUNGSI *PUBLIC RELATION* TERHADAP KEMAJUAN CARREFOUR INDONESIA DI MAKASSAR

Indah Sulistiani, Muhammad Farid

Abstract

The study aims to describe the form of disciplinary training of the employees in their *public relation* function, its influence on, and relationship with the progress of Carrefour Indonesia in Makassar. The study was carried out to the employees of Carrefour Indonesia in Makassar, and the sample was randomly selected. The data were collected through a survey, an audience, and involving questionnaire distribution. The data were analysed with inferential and quantitative descriptive technique. The study proves that the training was carried out in the forms communications activities, i.e. personal communications, counseling, meetings, events, and dialogues. There is a significant correlation between work disciplinary training variables and the company's progress with the strength of association of 0,503, and the positive relationship direction. There is a significant correlation between the independent variables and the dependent ones indicated by the figure 25,3 % which means that there are other Factors (intervening variable) influencing the relationship (74,7 %). The size of the communicator, target, means, and public based on *public relation* concepts is two-way communication and organization communication concept.

Keyword ; Disiplin Kerja, Public Relation

Abstrak

Studi ini dimaksudkan untuk menggambarkan bentuk pembinaan disiplin kerja para karyawan dalam hubungannya dengan fungsi *Public Relations* terhadap kemajuan perusahaan retail Carrefour Indonesia di Makassar. Studi ini telah dilaksanakan pada karyawan Carrefour Indonesia di Makassar, dengan memakai sample yang dipilih secara acak. Data dikumpulkan dengan cara survei, wawancara, dan pengedaran angket. Data kemudian dianalisis dengan memakai teknik deskriptif kuantitatif dengan menggunakan statistik inferensial. Studi ini mencoba melihat bagaimana pembinaan disiplin kerja para karyawan dibentuk melalui aktivitas komunikasi, seperti komunikasi interpersonal, konseling, rapat, perayaan/acara, dan dialog. Hasilnya menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara variabel disiplin kerja dengan peningkatan kemajuan perusahaan pada level 0.503, dimana korelasi itu positif. Ada juga korelasi yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel tergantung, yang diindikasikan dalam angka 25,3 persen, yang artinya faktor lain, dalam hal ini variabel intervening memberi pengaruh dalam hubungan itu, yakni 74,7 persen.

Keyword : Disiplin Kerja, Public Relations

Latar Belakang

Hubungan internal (komunikasi internal) *public relation* merupakan kegiatan komunikasi yang berkenaan dengan hubungan antara

perusahaan dengan karyawan. Khalayak utama dalam komunikasi internal adalah karyawan sebagai komponen paling penting dalam suatu organisasi. Bentuk komunikasi yang dilakukan *public relation* antara lain melalui program-

program komunikasi yang ditujukan kepada karyawan. Sebuah program yang dikomunikasikan akan memberikan dampak terhadap sikap yang terbentuk pada setiap individu karyawan dan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Era globalisasi saat ini yang ditandai dengan pasar bebas di tingkat regional maupun internasional membuat perusahaan baik skala nasional maupun internasional harus membenahi diri agar memiliki manajemen yang efektif dan efisien sehingga mampu berkompetisi dengan perusahaan lain. Salah satu daya saing yang perlu dipersiapkan perusahaan adalah melalui sumber daya manusia (SDM) perusahaan yang cakap, terampil, berdisiplin dan mempunyai komitmen tinggi dalam melaksanakan pekerjaannya.

Karena itu pembinaan disiplin kerja karyawan merupakan suatu hal yang terpenting sebagai asset utama perusahaan. Karyawan yang memiliki semangat kerja tinggi, pengabdian yang besar kepada perusahaan, disiplin, kemampuan profesional sangat mungkin mempunyai prestasi kerja dalam melaksanakan tugas sehingga lebih berdaya dan berhasil guna bagi kemajuan perusahaan.

Semangat dan disiplin kerja karyawan bisa berjalan dengan baik jika hubungan komunikasi antara perusahaan berjalan dengan baik pula. Melalui hubungan yang harmonis dengan menerapkan fungsi public relation, perusahaan dapat menghindari terjadinya krisis manajemen karena ketidakpuasan karyawan terhadap kebijakan perusahaan yang berakibat menurunnya kinerja karyawan, disiplin kerja rendah, mogok kerja maupun demo/unjuk kerja karyawan.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan ritel Carrefour Indonesia, di Makassar sebagai perusahaan ritel terbesar yang beroperasi di Makassar Dengan 4 (lima) lokasi operasional yang berbeda yakni Carrefour Pengayoman,

Carrefour Tamalanrea, Carrefour MTC (Makassar Trade Center) dan Carrefour Karebosi Link. Dalam penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian bagaimana fungsi *public relation* dijalankan sebagai upaya pembinaan disiplin kerja karyawan untuk meningkatkan kemajuan perusahaan Carrefour Indonesia di Makassar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk pembinaan disiplin kerja karyawan dalam hubungannya dengan fungsi *public relation* pada Carrefour Indonesia di Makassar ?.
2. Adakah hubungan yang signifikan antara pembinaan disiplin kerja karyawan dengan kemajuan Carrefour Indonesia di Makassar?
3. Seberapa besar pengaruh pembinaan disiplin kerja karyawan terhadap kemajuan Carrefour Indonesia di Makassar?.

Kajian Konsep dan Teori

Menurut Grunig (1984) suatu definisi yang banyak diterima kalangan praktisi, *public relation* yaitu : “*Public relation is management function which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual or an organizations with the public interest and plans and executes a program of action to earn public understanding and acceptance.*” Definisi tersebut menyatakan *public relation* adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap public, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang atau sebuah perusahaan terhadap public, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk

memperoleh pemahaman dan penerimaan publik.

Teori *public relation* yang relevan dengan penelitian ini adalah model Two Way Simetrical, Two Way Asimetrycal dari Grunig, yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah antara perusahaan dengan public internalnya untuk memecahkan atau menghindari terjadinya suatu konflik dengan memperbaiki pemahaman public melalui teknik komunikasi membujuk (*persuasive communication*) untuk membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Sedangkan teori peniti penyambung dari Rensis Likert menggambarkan komunikasi yang terjadi dalam struktur organisasi. Dimana setiap penyelia merupakan anggota dari dua kelompok : sebagai pemimpin unit yang lebih rendah dan anggota unit yang lebih tinggi. Penyelia berfungsi sebagai peniti penyambung, mengikat kelompok kerja yang satu dengan yang lainnya pada tingkat berikutnya. Struktur peniti penyambung menunjukkan hubungan antarpribadi dalam kelompok.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Carrefour Indonesia di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan selama dua bulan, yaitu mulai bulan Maret April sampai April 2010. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan statistik inferensial untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara variable penelitian. Dan juga bertujuan untuk mengeneralisasikan hasil.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan perusahaan Carrefour Indonesia di Kota Makassar yang berasal dari Carrefour Pengayoman, Carrefour Tamalanrea, Carrefour MTC Karebosi, dan Carrefour Karebosi Link yang berjumlah 270 orang. Berdasarkan tabel *Isaac* dan *Michael* maka

diperoleh sampel sebanyak 152 orang. Dengan tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 5 %. Teknik sampel yang digunakan adalah “*Simple Random Sampling*”

Data primer dalam penelitian ber-sumber dari informasi yang diberikan oleh para informan melalui wawancara mendalam dan observasi. Dan data hasil kuisioner yang dibagikan kepada responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari perusahaan Carrefour Indonesia di

Makassar berupa data jumlah karyawan, profil perusahaan dan data lain yang diperoleh dari sumber penelitian seperti buku, internet, serta literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Penelitian ini terdiri dari variable bebas yaitu variable komunikasi personal, konseling, meeting, event dan dialog. Variabel intervening yaitu variable yang mempengaruhi hubungan antara variable bebas dengan variable terikat dengan indikator perilaku karyawan yaitu kerjasama, motivasi dan komitmen. Dan Variable terikat yaitu kemajuan perusahaan.

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas yang terdiri dari variabel komunikasi personal, konseling, meeting, event dan dialog yang merupakan variabel yang berpengaruh terhadap variabel terikat kemajuan perusahaan dan variabel intervening yang mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan indikator perilaku karyawan yaitu kerjasama, motivasi dan komitmen.

Penelitian ini menggunakan pengukuran dengan menggunakan skala likert yang digunakan menelaah seberapa kuat subjek pada skala 5 kategori yaitu sangat tidak setuju, setuju, ragu-ragu, setuju dan sangat setuju.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu interview kepada head

personalia Carrefour Indonesia di Makassar, observasi lapangan untuk melihat gambaran umum objek penelitian, kuisisioner dibagikan kepada responden, dan studi pustaka untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti buku, internet, dan lain-lain. Penelitian ini menggunakan teknik analisa deskriptif dan analisa kuantitatif. Analisis deskriptif menggunakan pendekatan wawancara personal kepada narasumber dan mendeskripsikan data yang diperoleh dari lapangan. Analisis kuantitatif menggunakan teknik pengalihan data parametrik yaitu uji korelasi (uji hubungan), analisis determinasi (analisis besaran pengaruh), uji regresi berganda (Anova), dan persamaan regresi ganda (*coefficients*) dengan menggunakan program *statistical product and service solution* (SPSS) versi 15.0.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Keberhasilan Carrefour Indonesia di Makassar sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di Makassar tentunya tidak terlepas dari dukungan dan peran serta karyawan sebagai ujung tombak operasional perusahaan. Kondisi inilah yang sangat disadari sehingga Carrefour Indonesia di Makassar selalu berusaha membina hubungan internal yang baik dengan karyawannya, dalam upaya meningkatkan disiplin kerja karyawan yang tentunya akan berpengaruh pula pada produktivitas kerja karyawan.

Melalui divisi personalia yang juga berperan sebagai *public relation*, Carrefour Indonesia di Makassar berupaya menciptakan kondisi lingkungan internal perusahaan yang kondusif melalui proses komunikasi intensif, terarah dan efisien. Berdasarkan struktur organisasi yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa Carrefour Indonesia di Makassar dari empat gerai atau lokasi yang ada dipimpin oleh store manager yang dalam pelaksanaannya tugasnya dibantu oleh beberapa divisi.

Dengan jumlah karyawan Carrefour Indonesia di Makassar yang cukup banyak tersebut, tidaklah mudah bagi pimpinan menggerakkan karyawannya satu persatu untuk melaksanakan pekerjaan dengan senang hati dan semaksimal mungkin demi kemajuan perusahaan. Oleh sebab itu, diperlukan adanya peran *public relation* yang berfungsi sebagai mediator formal atau penyalung lidah antarpimpinan dengan karyawan dan antara karyawan dengan pimpinan.

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan wawancara mendalam (*deep interview*) dengan informan kunci yang membawahi empat lokasi yang berbeda dalam manajemen PT Alfaretailindo, Tbk Syamsinar Syarif selaku Service Head Personalia mengatakan, hubungan internal yang dilakukan perusahaan salah satu tujuannya untuk meningkatkan disiplin kerja karyawan melalui komunikasi antara perusahaan dengan karyawan yang seimbang. Hubungan internal (komunikasi) antara perusahaan dengan karyawan dilakukan dengan berbagai jenis kegiatan komunikasi dengan memanfaatkan berbagai media atau saluran komunikasi yang ada.

Bentuk Pembinaan Disiplin Kerja Karyawan dalam Hubungannya dengan Fungsi *Public relation*

Bentuk Pembinaan untuk meningkatkan disiplin kerja karyawan yang dilakukan oleh divisi personalia Carrefour Indonesia di Makassar Syamsinar Syahrir, dijabarkan dalam jenis-jenis kegiatan komunikasi dan media komunikasi yang digunakan sebagai berikut :

1. Personal Communication (komunikasi personal)
2. Counseling
3. Meeting (rapat)
4. Event (kegiatan) terdiri dari olahraga, rekreasi, kegiatan seni, perayaan hari keagamaan, penghargaan dan pelatihan.

5. Dialog (pertemuan)

Jenis-jenis kegiatan komunikasi tersebut diatas, dilakukan oleh divisi personalia Carrefour Indonesia di Makassar sebagai bentuk komunikasi antara perusahaan dengan karyawannya dalam hubungannya dengan salah satu fungsi *public relation* yaitu hubungan internal (hubungan komunikasi) antara perusahaan dengan karyawan. Melalui kegiatan komunikasi tersebut diharapkan akan terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan karyawan sehingga mampu meningkatkan disiplin kerja karyawan dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya sesuai target dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

Sementara untuk memperlancar hubungan internal antara perusahaan dengan karyawan maka perusahaan Carrefour Indonesia menggunakan berbagai media atau saluran internal sebagai berikut : Papan pengumuman, Publikasi Karyawan, Kotak Suara, News Letter, Buku pegangan, Buletin board, Media atau saluran lain yang mendukung.

Sarana atau media internal tersebut digunakan oleh Carrefour Indonesia di Makassar sebagai upaya untuk mendukung terjadinya komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan karyawannya. Tanpa didukung media atau saluran komunikasi yang baik tentu informasi yang akan disampaikan kepada perusahaan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan, sehingga menyulitkan karyawan untuk mengetahui dan melaksanakan apa yang menjadi tugas dan tanggungjawabnya sesuai dengan tujuan dan sasaran yang diinginkan perusahaan.

Hubungan Pembinaan Disiplin Kerja Karyawan Terhadap Kemajuan Carrefour Indonesia di Makassar

Nilai koefisien korelasi untuk hubungan antara nilai koefisien korelasi antara komunikasi personal dengan kemajuan perusahaan adalah sebesar 0,320. Variable konseling terhadap kemajuan perusahaan mempunyai nilai koefisien korelasi sebesar 0,105. Dan koefisien korelasi antara variable meeting dengan kemajuan perusahaan sebesar 0,285. Variable event terhadap kemajuan perusahaan mempunyai nilai koefisien korelasi sebesar 0,371. Sedangkan koefisien korelasi antara variable dialog dengan kemajuan perusahaan sebesar 0,238.

Koefisien korelasi yang ditemukan sebesar 0,503 termasuk pada kategori sedang. Jadi terdapat hubungan yang sedang antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Hubungan ini berlaku untuk sampel sebanyak 152 orang. Harga t table untuk kesalahan 5 % uji dua pihak dan $dk = n - 2 = 150$, maka diperoleh t table = 1,960. Dari hasil tersebut diketahui t hitung (7,448) > dari t table (1,960).

Berdasarkan perhitungan maka dapat dinyatakan bahwa t hitung jatuh pada daerah penolakan H_0 , maka dapat dinyatakan hipotesis nol yang menyatakan tidak ada hubungan antara pembinaan disiplin kerja karyawan dengan kemajuan perusahaan ditolak, dan hipotesis alternative H_a diterima. Nilai-nilai koefisien variabel bebas kerjasama, motivasi, dan komitmen dengan variabel terikat kemajuan perusahaan mempunyai hubungan linear positif karena mempunyai nilai > dari 0, sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel bersifat positif.

Tingkat signifikansi koefisien korelasi satu sisi dari output (diukur dari probabilitas) menghasilkan angka 0.000, oleh karena angka ini jauh dari probabilitas 0,05 atau 5 % maka korelasi diantara variabel kerjasama, motivasi dan komitmen dengan kemajuan perusahaan adalah sangat nyata atau terbukti ada hubungan

yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Pengaruh Pembinaan Disiplin Kerja Karyawan terhadap Kemajuan Carrefour Indonesia di Makassar

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persentase pengaruh variabel bebas (X1), (X2), (X3), (X4) dan (X5) atau komunikasi personal, konseling, meeting, event dan dialog terhadap variabel kemajuan perusahaan. Dari data tabel luaran SPSS versi 15.0 diketahui nilai R Square sebesar 0,253 %. Dalam hal ini bermakna 25,3 % kemajuan perusahaan dapat diterangkan oleh komunikasi personal, konseling, meeting, event dan dialog. Sedangkan selebihnya yaitu 100% - 25,3 % 74,7 % disebabkan oleh sebab lain yang tidak diteliti. Sebab lain yang tidak diteliti sebesar 74,3 % inilah yang merupakan variable intervening, yaitu variable yang mempengaruhi hubungan antara variable bebas dan variable terikat. Besaran R Square 25,3 % bermakna semakin kecil angka R Square maka semakin lemah hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat.

Dari tabel Anova diketahui probabilitas atau nilai r 0,000 lebih kecil dari pada tingkat α (preseksi) yang digunakan yaitu 0,05 atau 5 %, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 ditolak. Atau bisa dikatakan bahwa variabel komunikasi personal (X1), konseling (X2), meeting (X3), event (X4) dan dialog (X5) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan variabel kemajuan perusahaan (Y) dengan indikator kepuasan kerja karyawan.

Dari hasil pembahasan statistic diketahui besarnya pengaruh antara variable bebas dan variable terikat adalah sebesar 25,3 %, sedangkan selebihnya 74,7 % disebabkan oleh sebab (factor) lain yaitu variabel intervening yang mempengaruhi hubungan antara variable

bebas terhadap variable terikat dengan indicator perilaku karyawan yakni kerjasama, motivasi dan komitmen. Jika dijabarkan dalam persamaan maka diperoleh persamaan sebagai berikut $Y = bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5$ dengan hasil persamaan $Y = 0,172 \times 1 + 0,033 \times 2 + 0,159 \times 3 + 0,299 \times 4 + 0,174 \times 5 + 0,747$. Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien residu mempengaruhi hubungan antara variable bebas dan variable terikat sebesar 0,747 %.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bentuk pembinaan disiplin kerja karyawan dalam hubungannya dengan kemajuan Carrefour Indonesia di Makassar dilakukan melalui jenis-jenis kegiatan komunikasi dengan menggunakan media atau saluran yang ada.
2. Terdapat hubungan yang signifikan antara pembinaan disiplin kerja karyawan dengan kemajuan perusahaan yang ditunjukkan pada hasil analisis statistik, dengan tingkat hubungan sedang. Tinggi rendahnya hubungan dipengaruhi pula variable intervening yang merupakan jenis (kegiatan) komunikasi seperti komunikasi personal, konseling, rapat, event, dialog, maupun media yang digunakan dalam penyampaian pesan komunikasi.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pembinaan disiplin kerja dengan kemajuan perusahaan dengan tingkat pengaruh sedang, yang ditunjukkan pada hasil analisis statistik. Kekuatan pengaruh antara pembinaan disiplin kerja karyawan dengan kemajuan perusahaan ditentukan oleh besar kecilnya korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat

Daftar Rujukan

- Grunig, James E. 1984. *Managing Public relation*. New York. CBS College Publishing.
- Grunig, James E. 1992. *Excellent in Public relation & Communications Management*. New Yersey Lawrence Associ-ates Inc.Publishers.
- Jefkins, Frank. 1988. *Essentials of Public relation*. Singapore : Heineman Asia.
- Istijanto. *Riset Sumber Daya Manusia*. 2008. PT Gramedia Edisiketiga. Jakarta.
- Kasali, Rhenald. *Manajernen Public Relation Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. 1994. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta.
- Lewis, Phillip V. 1980. *Organizational Communication The Essence af Effective Management. Second Edition*, Oklahoma : Grid Publishing Inc, Columbus, Ohio.
- Muhidin, Ali Sambas. S.Pd. M.Si, Drs Maman Abdurahman, M.Pd, 2007. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung. Pustaka
- Partino, HR, 2005, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Mahasiswa. Jogjakarta.
- Scott, Cutlip, M, Center, Allen H, BroomGleenM, 2007. *Effective Public relation*. (Edisi ke-9). Ney Yersey: Pretice-Hall, Inc., Upper Saddle River.
- Seitel, Fraser. P. 1992. *The Practice of Public relation*. Singapore: Mac Millan Communications
- Sendjaja. 1994. *Teori-Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfa-beta, Bandung.
- Sjaifullah, Cangara,. 2008. *Analisis Statistik Untuk Ilmu Komunikasi*. Fisip Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Wayne. R. Pace, Don F. Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi Strategi meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Cetakan ke-6. PT Remaja Rosda-karya. Bandung
- Warsono, Ig. 1997. *Etika, Komunikasi Kantor*. Kanisius. Yogyakarta
- Tubbs, L. Steward dan Silvia Moss. 2001, *Human Communications*, Konteks-Konteks Komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- ### Internet
- Avin Fadila Helmi. 1996. *Jurnal dan Bulletin Psikologi. Fakultas Psikologi*. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- (<http://www.google.id.htrnl.disiplin.kerja>, diakses 15 desember 2009)..
- Delfi. 2009. *Artikel Public relation*. (online), (file:///E:/Pasca/Word/Tugas % 20 Pasca/Barru/ Tesis.htm. diakses 4 Januari 2010.
- Mangkuprawira, Sjafri, 2008. *Indikator Kinerja Utama Sumber Daya Manusia*, (online), (<http:///E:/Pasca/word/tugas % 20/pasca/barru/tesis.htm>). diakses 4 Januari 2010.
- Sanjapratama. 2009. *Definisi Perusahaan*. (online), (file:///E:/tesis % 20 kia/indek.httn. diakses 6 Januari 2009.
- Cosmotopic, 2009, *Teori Motivasi*. (online), (<http://id.cosmotopic.com/1939571595-teori-motivasi>. diakses 4 Mei 2010.